1986

13th Annual Report

THE NEW BRUNSWICK MILK MARKETING BOARD

LA RÉGIE DE MISE EN MARCHÉ DU LAIT AU N.-B.

13e Rapport Annuel

91-02873/

CHAIRMAN'S MESSAGE

Lucky thirteen!! New Brunswick milk producers, through their Milk Marketing Board, have successfully dealt with a number of problems, as well as opportunities, during the thirteenth year of operation of the NBMMB.

New Brunswick milk producers met the market demand for milk. This milk was processed into fluid milk, creams, ice cream, cheese, butter and skim milk powder. New Brunswick milk processors, using our excellent-quality milk, provided the best dairy products in the land. Proof of this was evident when Dairytown Products Ltd. won the Best Overall Butter Award at the Canadian National Exhibition in Toronto in August.

The long-waited long-term dairy policy (five years) introduced by The Hon. John Wise in January was very welcome news. A long-term dairy policy is vital to the stability, equity and profitability of the Canadian dairy industry. It is also a very necessary instrument in assuring Canadians of a continuous and bountiful supply of very-reasonably-priced dairy products. Changes to the policy, which put the industry in closer contact with the marketplace, were introduced too rapidly, causing considerable disruption to the marketing system. These changes will, however, be of benefit to the industry and the consumer. They will also cause a very significant reduction in the federal government's expenditure on the dairy industry.

During the year, milk producers received authority to establish the producer price for milk used in Classes I and II. The price is established utilizing actual on-farm cost-of-production data in conjunction with the N.B. Average Weekly Earnings Index and the Canadian Industrial Selling Price Index. The COP data is collected from forty New Brunswick dairy farms selected randomly throughout the province. Also during the year, much effort was put forth in learning how to cope with raw milk oxidization. A considerable amount of time and money has been expended to assure that milk in the Province of New Brunswick has the longest-possible shelf life and the smallest number of returns.

The ability of our industry to continually change to deal with new problems and meet new opportunities in the dairy industry will assure consumers of the very best dairy products at reasonable prices. This will also provide the industry with stability, equity and profitability.

MESSAGE DU PRÉSIDENT

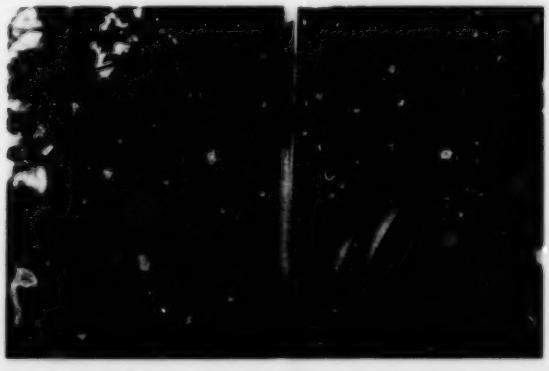
Pour les producteurs de lait du Nouveau-Brunswick, le chiffre treize est un chiffre chanceux. Ces derniers ont en effet réussi, grâce à leur Régie de mise en marché, à surmonter plusieurs difficultés et à réaliser de nombreux progrès en cette treizième année de fonctionnement de la Régie.

Les producteurs de lait du Nouveau-Brunswick ont répondu à la demande du marché pour le lait. Ce lait cru a été transformé en lait de consommation, en crème, en crème glacée, en fromage, en beurre et en poudre de lait écrémé. Les transformateurs de lait du Nouveau-Brunswick, grâce à l'excellente qualité de notre lait, ont produit les meilleurs produits laitiers au pays. À preuve, la remise à la Dairytown Products Ltd. du premier prix pour la qualité générale du beurre à l'occasion de l'Exposition canadienne nationale de Toronto, en août dernier.

La politique laitière à long terme (cinq ans) tant attendu a été annoncée par l'honorable John Wise en janvier. Il s'agit là d'une excellente nouvelle. Une politique laitière à long terme est en effet vitale pour la stabilité, l'équité et la rentabilité du secteur laitier canadien. Il s'agit en même temps d'un outil nécessaire pour assurer aux Canadiens un approvisionnement continu et suffisant de produits laitiers à un prix très raisonnable. Les changements annoncés à cette politique, lesquels permettent d'établir des liens plus étroits entre le secteur et le marché, ont malheureusement été mis en vigueur trop rapidement, ce qui a causé une grave perturbation du marché. Ces changements seront toutefois avantageux à long terme pour le secteur ainsi que pour les consommateurs. Ils contribueront par ailleurs à réduire sensiblement les sommes versées par le gouvernement fédéral pour le secteur laitier.

Au cours de l'année, les producteurs de lait ont reçu l'autorisation d'établir les prix à la production pour le lait des classes I et II. Les prix sont établis à partir des données réelles sur les coût de production à la ferme, de l'indice de la rémunération hebdomadaire moyenne au Nouveau-Brunswick et de l'indice des prix de vente dans l'industrie au Canada. Les données sur les coûts de production proviennent de 40 exploitations laitières du Nouveau-Brunswick choisies au hasard dans la province. Pendant cette année, on a aussi accordé une grande priorité au problème de l'oxydation du lait cru. On a dépensé énormément de temps et d'argent pour faire en sorte que le lait produit dans notre province se conserve le plus longtemps possible et qu'il soit retourné le moins souvent possible.

L'aptitude de notre secteur a évoluer continuellement pour surmonter les problèmes qui surgissent et profiter des nouvelles possibilités dans le secteur laitier permettant aux consommateurs de pouvoir compter sur des approvisionnements d'une très grande qualité à des prix raisonnables. Elle assurera aussi à notre secteur la stabilité, l'équité et la rentabilité qu'il lui faut.



W.H. Sherwood

William H. Sherwood

Chairman

W.H. Sherwood

Le président

William H. Sherwood

BOARD OF DIRECTORS

During the 1985/86 Board year, producers were required to elect a local director to the Board in regular elections in Moncton and Sussex local milk areas. In the Moncton area, Percy Waddy was elected by acclamation. In the Sussex area, William Sherwood was elected by acclamation. In the Fredericton Area, Dow Goodine resigned as board director in October 1985 and a by-election was conducted in January 1986. David Carlisle, Donna Muir and Harry Shuttenbeld offered their services as board member; David Carlisle was elected for a term to expire at the Annual Meeting in 1987.

During the Board year, the directors held eleven Board meetings and a number of telephone conference calls. The directors held a special two-day meeting in March with representatives from all Local Milk Committees. A two-day planning session was held to reassess the goals of the NBMMB and to develop five-year objectives for milk marketing in New Brunswick. A three day workshop, led by Dr. Walter Dunkley of the University of California, on the subject of oxidized flavour in milk was offered by the Board with the assistance of government.

At the request of Fredericton and Woodstock area producers, the boundaries of the two areas were redefined to be three areas to be known as Area 1, Area 2 and Area 3. A plebiscite was called in these areas by the Farm Products Marketing Commission to determine producer support for the changes, and the changes were approved by a majority of producers. Elections will be called in Areas 1 and 3 in the Fall of 1986 and in Area 2 in the Fall of 1987.

STAFF

The Board's staff consists of the Chairman and Managing Director, Corporate Secretary/Administrator, and the Directors of Finance, Producer Services, Promotion, and Transportation. Office staff consists of one office supervisor, six clerical, one fieldman, one field technician, two promotion officers and one udder health specialist. Transportation staff consists of one transportation supervisor, one maintenance supervisor, one milk receiver, one part-time receiver, one mechanic, 14 full-time drivers and four part-time drivers.

MILK PRICES and PRODUCER PAYMENT

Class I and II prices were set at $53.30 and $51.00 per hectolitre respectively April 1, 1985, and remained at that level throughout the fiscal year.

The federal government announced that, effective August 16, 1985, the target return level would be $45.68, an increase of $1.03, or 2.3%. The prices of Classes III, V and VI milk were increased on August 25 by $1.03/hl to $40.24, $38.03 and $38.03 respectively. The N.B. Dairy Products Commission authorized an increase of 50¢ in the Class V price to $38.53 on October 1, 1985. During the year, the blend price per hectolitre rose from $38.16 to $39.12, an increase of 96¢/hl, or 2.5%.

The electronic banking Direct Deposit system expanded during the year with an additional 18 producers taking advantage of the service, bringing the total number of users

CONSEIL D'ADMINISTRATION

En 1985-1986, les producteurs des régions de Moncton et de Sussex ont été appelés à élire un directeur local au Conseil. Dans la région de Moncton, Percy Waddy a été élu par acclamation. Dans la région de Sussex, William Sherwood a été élu par acclamation. Dans la région de Fredericton, Dow Goodine a démissionné de son poste de directeur en octobre 1985 et on a tenu une élection partielle en janvier 1986. David Carlisle, Donna Muir et Harry Shuttenbeld ont posé leur candidature au poste de membre du Conseil: c'est David Carlisle qui a été élu pour un mandat qui prendra fin lors de l'assemblée annuelle de 1987.

Au cours de l'année, les administrateurs ont tenu onze séances ainsi qu'un certain nombre de conférences téléphoniques. Ils ont par ailleurs tenu une séance extraordinaire de deux jours, en mars, à laquelle ont assisté des représentants de chacun des comités laitiers locaux. Une séance de planification de deux jours a été tenu pour réévaluer les objectifs de la Régie et établir les objectifs quinquennaux en ce qui concerne la commercialisation du lait au Nouveau-Brunswick. Une série d'ateliers dirigée par le Dr. Walter Dunkley de l'Université de Californie, sur le sujet de saveur attribuables à l'oxydation du lait a été présentée par la Régie avec l'aide du gouvernement.

À la demande des producteurs des régions de Fredericton et de Woodstock, on a procédé à un redécoupage de ces régions pour en faire trois régions distinctes: la région 1, la région 2 et la région 3. Un plébiscite a été organisé dans ces régions par la Commission de commercialisation des produits de ferme et les changements proposés ont été approuvés par une majorité de producteurs. Des élections seront tenues dans les régions 1 et 3 en automne 1986 et dans la région 2 en automne 1987.

PERSONNEL

On retrouve comme employés à la Régie le président-directeur général, le secrétaire-administrateur général et les directeurs des finances, des services aux producteurs, de la promotion et du transport. Le personnel administratif se compose d'un superviseur, de six commis, d'un employé itinérant, d'un technicien itinérant, de deux agents à la promotion et d'un spécialiste de l'hygiène du pis. Le personnel de la Division du transport compte un superviseur au transport, un superviseur à l'entretien, un préposé à la réception du lait travaillant à temps plein et un autre à temps partiel, un mécanicien, 14 chauffeurs à temps plein et quatre chauffeurs à temps partiel.

PRIX DU LAIT et PAIEMENTS AU PRODUCTEUR

Les prix pour les classes I et II ont été établis à 53,30 $ et à 51,00 $ l'hectolitre respectivement le 1er avril 1985 et sont demeurés inchangés pendant toute l'année financière.

Le gouvernement fédéral a annoncé qu'à compter du 16 août 1985, le prix indicatif était porté à 45,68 $, soit une augmentation de 1,03 $ (2,3 %). Les prix du lait des classes III, V et VI ont été augmentés, le 25 août, de 1,03 $ l'hectolitre, atteignant ainsi 40,24 $, 38,03 $ et 38,03 $ respectivement. La Commission des produits laitiers du Nouveau-Brunswick a autorisé une hausse de 50¢ du prix du lait de la classe V à 38,53 $ le 1er octobre 1985. Au cours de l'année, le prix composé est passé de 38,16 $ à 39,12 $ l'hectolitre, soit une hausse de 96 ¢ l'hectolitre (2,5 %).

to 238 producers. The Board computer transfers deposit information via telephone data lines directly to the Royal Bank's computer in Halifax.

MILK PRODUCTION and SUPPLY MANAGEMENT

In 1985/86, milk producers shipped 126,674,000 litres of milk, with a total value of $59,715,000. Producer numbers in the province as of June 1986 were 499 milk producers and 184 cream producers, for a total of 683 dairy farm operations. These numbers represent a decrease of 11 milk producers and a decrease of 22 cream producers from the previous year.

In the 1985/86 dairy year, New Brunswick milk and cream producers shipped 2,200,074 kgs of butterfat, which was 100.04% of issued MSQ.

Cream producers produced 205,258 kgs, or 101.4% of their issued MSQ. Milk producers produced 1,994,816 kgs, or 99.8% of their issued MSQ.

QUOTA and QUOTA POLICIES

There were no adjustments in Fluid Milk Quota during the 1985/86 Board year. Daily quota as of June 30, 1986, was 243,682 litres per day. This compares with Class I sales of 188,425 litres per day, with production being 400,360 litres per day for that same period.

A total of 11,759 litres of daily Fluid Milk Quota, or 4.82%, of FMQ allotted, was transferred in the Board year. The total transfers include 4,495 litres which were transferred in name only, 4,180 litres transferred on the quota exchange, and 2,671 litres transferred as ongoing farm operations, and 413 litres as cows-and-quota transfers.

The New Brunswick allotment of Marketing Sharing Quota at August 1, 1985, was 2,201,000 kg of butterfat. On July 31, the Board had issued 2,199,300 kg or 99.92% of the total allotment.

1985/86 Quota Sales and Transfers
based on fiscal year July 1985-June 1986

Type	FMQ (litres)	% Quota Trans.	% FMQ Issued	MSQ (litres)	% Quota Trans.	% MSQ Issued
Quota Exchange	4,180	35.55	1.72	1,712,151	43.83	3.19
Ongoing Farms	2,671	22.71	1.09	765,201	19.59	1.44
Cows & Quota	413	3.51	0.16	240,016	6.14	0.44
Family	—	—	—	91,583	2.34	0.18
Partnership	—	—	—	20,778	0.53	0.03
Name Change	4,495	38.23	1.85	1,077,008	27.57	2.02
	11,759	100.00	4.82	3,906,737	100.00	7.30

A quota exchange system is operated for Fluid Milk Quota, Unused Market Sharing Quota and Used Market Sharing Quota on a monthly basis. Producers have equal opportunity to buy and sell quota, regardless of where the producer lives, or if the producer is a milk or cream producer, and eliminates any possible language barrier.

The FMQ exchange ranged from a high of $230.10/litre to a low of $200.00/litre. The FMQ exchange operated 10 times and was cancelled twice during the Board year. The Unused MSQ prices ranged from a high of 75¢/litre to a low of 38¢/litre. The Unused MSQ exchange operated 11 times during the Board year. Used MSQ price ranged from a high of 41¢/litre to a low of 30¢/litre. The Used MSQ exchange operated 7 times during the Board year.

Le système électronique de dépôts bancaires directs a cru durant l'année avec dix-huit producteurs supplémentaires qui ont profité de ce service cette année, portant le nombre total d'usagers à 238. L'ordinateur de la Régie communique directement à l'ordinateur de la banque, situé à Halifax, l'information concernant les dépôts au moyen de lignes téléphoniques de transmission de données.

PRODUCTION LAITIÈRE et GESTION DES APPROVISIONNEMENTS

En 1985-1986, les producteurs de lait du Nouveau-Brunswick ont expédié 126,674,000 litres de lait, d'une valeur totale de 59,715,000 $. En juin 1986, la province comptait 499 producteurs de lait et 184 producteurs de crème, soit un total de 683 exploitations laitières. Ces chiffres représentent une diminution de 11 producteurs de lait et de 22 producteurs de crème par rapport à l'année précédente.

Au cours de l'année laitière 1985-1986, les producteurs du Nouveau-Brunswick ont expédié 2 200 074 kilogrammes de matière grasse, soit 100,04 % du QMM attribué.

Les producteurs de crème ont produit 205 258 kilogrammes, soit 101,4 % du QMM qui leur avait été attribué. Les producteurs de lait ont pour leur part produit 1 994 816 kilogrammes, soit 99,8 % du QMM attribué.

QUOTAS et POLITIQUES CONCERNANT LES QUOTAS

Le quota de lait de consommation n'a pas été rajusté en 1985-1986. Au 30 juin 1986, le quota quotidien s'élevait à 243 682 litres par jour. Par ailleurs, les ventes de lait de classe I ont atteint 188 425 litres par jour, tandis que la production atteignait 400 360 litres par jour au cours de la même période.

Au total, 11 759 litres du quota quotidien de lait de consommation, soit 4,82 % de ce quota, ont été transférés entre producteurs au cours de l'année écoulée. Le nombre total de transferts comprend 4 495 litres transférés sur papier seulement, 4 180 litres transférés à la bourse de quotas, 2 671 litres transférés à titre de transferts d'exploitations agricoles actives et 413 litres transférés à titre de transferts de vaches et de quotas.

Au 1er août 1985, le quota de mise en marché du Nouveau-Brunswick se chiffrait à 2 201 000 kilogrammes de matière grasse. Au 31 juillet, la Régie avait attribué 2 199 300 kilogrammes, soit 99,92 % du total.

Ventes et transferts de quotas en 1985-1986
(année financière écoulée de juillet 1985 à juin 1986)

Type	QLC (litres)	% du quota Trans.	% du QLC attribué	QMM (litres)	% du quota Trans.	% du QMM attribué
Bourse de quotas	4 180	35.55	1.72	1,712,151	43.83	3.19
Expl. agric. actives	2 671	22.71	1.09	765 201	19.59	1.44
Vaches et quotas	413	3.51	0.16	240 016	6.14	0.44
Mêmes familles	—	—	—	91 583	2.34	0.18
Société de personnes	—	—	—	20 778	0.53	0.03
Sur papier	4 495	38.23	1.85	1 077 008	27.57	2.02
	11 759	100.00	4.82	3 906 737	100.00	7.30

Une bourse de quotas se tient chaque mois pour les quotas de lait de consommation, les quotas de mise en marché non utilisés et les quotas de mise en marché utilisés. Les producteurs jouissent tous des mêmes chances d'acheter et de vendre des quotas, peu importe l'endroit où ils vivent

In January 1986 a new quota policy booklet was circulated to all milk producers. This booklet acts as a quick-reference producer's guide to the quota management system.

PRODUCER SERVICES

New Brunswick Dairy Business Analysis Project

This project was initiated by the New Brunswick Milk Marketing Board to develop a cost-of-production data base from which milk price adjustments could be determined. The project began January 1, 1982, and is jointly funded by the NBMMB and the New Brunswick Department of Agriculture.

The 1984 Final Report was completed in May 1986, and the final edit of the 1985 data is expected to be issued in December 1986. This is the earliest date that results have been available since the start of the project. An earlier completion date should be attainable next year, as the 1986 data collection started in May.

The efficiency of data collection and analysis has been improved over the four years of the project. A goal for the near future is the use of a small computer for on-farm data retrieval. This would decrease collection time and provide the potential for leaving participants with a set of financial statements on each visit by the technician.

Udder Health Program

During 1985/86 the Udder Health Program was developed and made available to all milk producers in New Brunswick.

The position of Udder Health Specialist was filled in April 1986 and equipment to support the service was purchased. The equipment and the specialist's salary were supported by funding from the Canada-New Brunswick Agri-Food Development Sub Agreement. After a period of training, the service was officially launched in August 1986.

GRADUATE ENTRANTS

In the 1985/86 Board year, there were 4 new applicants under the graduated entry program. There are now a total of 35 producers in the program, for a total quota allotment of 2,208 litres of FMQ per day.

Current Status—Graduated Entry Program

Year Begun	Producers	FMQ (litres per day)
1982	14	746
1983	7	508
1984	6	420
1985	4	238
1986	4	296
5 years	35	2,208

TRANSPORTATION

Providing efficient transportation of raw milk to market is the primary goal of the Transportation Department.

During the 1985/86 Board year, 126.674 million litres of milk were transported from New Brunswick dairy producers to plants within New Brunswick. This was accomet quel que soit leur produit (lait ou crème). De plus, il n'existe pas de barrière linguistique.

La bourse de QLC a oscillé entre un maximum de 230,10 $ le litre et un minimum de 200 $ le litre. Elle a fonctionné 10 fois et a été annuelée deux fois pendant l'année. La bourse de QMM non utilisés a oscillé d'un maximum de 75 ¢ le litre à un minimum de 38 ¢ le litre. Elle a fonctionné 11 fois pendant l'année. La bourse de QMM utilisés a varié d'un maximum de 41 ¢ le litre à un minimum de 30 ¢ le litre. Elle a fonctionné 7 fois pendant l'année.

En janvier 1986, une nouvelle brochure sur la politique concernant les quotas a été distribuée à tous les producteurs de lait et de crème. Cette brochure se veut un guide facile à consulter sur le système de gestion des quotas.

SERVICES AUX PRODUCTEURS

Projet d'analyse de l'activité de production laitière au Nouveau-Brunswick

Ce projet a été mis sur pied par la Régie de mise en marché du lait au Nouveau-Brunswick en vue d'établir une base de données sur les coût de production à partir de laquelle on pourrait déterminer les rajustements à apporter au prix du lait. Financé conjointement par la Régie et le ministère de l'Agriculture du Nouveau-Brunswick, il a débuté le 1er janvier 1982.

Le rapport final de 1984 a été terminé en mai 1986 et la version définitive des données de 1985 devrait être publiée en décembre 1986. Depuis le début du projet, c'est la première fois que les résultats sont disponibles si rapidement. Le système devrait fonctionner encore plus rapidement l'an prochain, puisque les données de 1986 ont été recueillies en mai.

L'efficacité de la collecte et de l'analyse des données a été améliorée au cours des quatre années de fonctionnement du projet. Notre objectif à court terme est d'avoir recours à un petit ordinateur pour la compilation des données sur place. On pourrait ainsi raccourcir la période de collecte des données et être en mesure de laisser aux participants un énoncé financier à chaque visite du technicien.

Programme d'hygiène du système mammaire

En 1985-1986, un programme d'hygiène du système mammaire a été établi et offert à tous les producteurs de lait du Nouveau-Brunswick.

Le poste de spécialiste en hygiène du système mammaire a été comb.é en avril 1986 et l'équipement nécessaire pour offrir le service a é'é acheté. L'achat de l'équipement et le salaire du spécialiste ont été financés grâce à l'Entente auxiliaire Canada-Nouveau-Brunswick sur le développement du secteur agro-alimentaire. Après une période de formation, le service a été officiellement lancé en août 1986.

PROGRAMME DES PRODUCTEURS À INTÉGRATION PROGRESSIVE

En 1985-1986, il y a eu quatre nouvelles demandes d'adhésion au programme d'intégration progressive. Celui-ci compte dorénavant 35 producteurs dont le quota total de lait de consommation s'élève à 2 208 litres par jour.

plished by seven transporters, using eleven tractor-trailer units, twelve tandem trucks and one single-axle truck. Farm pickups and transportation to regular destinations required travelling 1.850 million kilometers, with an additional 644,000 kilometers required to divert loads from assigned plants to alternate destinations.

While picking up the 7,819 loads, approximately 92,264 farm stops were made with an average pickup volume of 1,369 litres each. The average route length to normal assigned dairy was 237 kilometers,with an average of 1.47 kilometers driven for each hectolitre of milk picked up. The average size of load transported was 16,135 litres.

R & G Milk Trucking, which has eight tractors, eleven trailers and four tandem-axle trucks, transported 58.43 million litres of milk from farms, or 46.3% of the total. Approximately 100 days of spare truck or trailer service was provided for other transporters. R&G travelled 925,000 kilometers on farm pickups and an additional 533,000 kilometers of diverted transportation.

During the 1985/86 Board year, R&G Milk Trucking had a truck maintenance building constructed and is now equipped to do all routine service and maintenance on its fleet.

MILK STORAGE

The Board continues to operate a bulk milk receiving depot at Sussex. The two silos located in Edmundston were sold during the year to Purdel.

During the year, 2,263 loads of milk were received at the Sussex depot. On the busiest days 20 loads of milk, with a total volume of 360,000 litres, are received. The average throughout the year is 6.2 loads per day.

PROMOTIONS AND PUBLIC RELATIONS

Introduction

New Brunswick milk producers continue to spend significant dollars promoting fluid milk and dairy products in an attempt to offset fierce competition in the marketplace. On April 1, 1986, the Promotion Fund check-off was increased to 63.2 ¢/hl from 60 ¢/hl. Of the $771,000 collected in 1985/1986, 37.8% was utilized for the promotion of dairy products through the Dairy Bureau of Canada, with the remainder used for the in-province promotion of fluid milk.

Total milk and dairy product consumption has been relatively stable in the past year. Increased sales of variety cheese at 7.9%, and cheddar at 2.2%, have helped offset a marginal decline in sales of processed cheese, down 1.9%. Overall results in Canada for 1985/86 year show total cheese sales up 3.5% over a comparable period in 1984/85. Although butter sales increased 3.7% in the first half of 1986 over the same period in 1985, the year-end saw a decline of 1.1%. Total volume of Class I and II retail milk sales were up .51% for the 1985/86 dairy year, with Class I increasing by 0.43% and Class II increasing by 3.34%.

The following outlines the main areas of market expansion activities for fluid and industrial milk.

Fluid Milk

A major research project to obtain basic market information on fluid milk in New Brunswick was completed this

Situation actuelle - Programme des producteurs à intégration progressive

Année commençant le	Producteurs	QLC (litres par jour)
1982	14	746
1983	7	508
1984	6	420
1985	4	238
1986	4	296
5 ans	35	2 208

TRANSPORT

L'objectif principal de la Division du transport est d'assurer un transport efficace du lait cru sur les marchés.

Au cours de l'année 1985-1986, 126,674 millions de litres de lait on été transportés en provenance des exploitations laitières du Nouveau-Brunswick à des établissements de transformation de la province. Ce travail a été accompli par sept transporteurs utilisant onze camions à semi-remorques, douze camions à essieux en tandem et un camion à essieu simple. Les transporteurs ont dû parcourir 1 850 000 kilomètres pour assurer la cueillette et le transport du lait vers les destinations régulières et 644 000 kilomètres supplémentaires pour transporter le lait détourné vers des destinations de rechange.

Pour recueillir les 7 819 chargements, les transporteurs ont dû faire environ 92 264 arrêts où ils recueillaient chaque fois en moyenne 1 369 litres de lait. La longueur moyenne du trajet à parcourir pour le lait acheminé normalement était de 237 kilomètres, soit 1,47 kilomètre en moyenne pour chaque hectolitre de lait ramassé. La taille moyenne des chargements transportés était de 16 135 litres.

La société R&G Milk Trucking, qui possède huit véhicules tracteurs, onze semi-remorques et quatre camions à essieux en tandem, a transporté 58,43 millions de litres de lait des exploitations, soit 46,3 % du total. Les autres transporteurs ont consacré environ 100 jours de transport par camion ou par semi-remorque à cette tâche. La société R&G a parcouru 925 000 kilomètres pour la ceuillette à la ferme et 533 000 kilomètres additionels pour le transport des chargements détournés.

En 1985-1986, la société R&G Milk Trucking a fait construire un centre d'entretien des camions et elle peut maintenant se charger elle-même de l'entretien normal des véhicules de son parc.

ENTREPOSAGE

La Régie continue à exploiter deux entrepôts de lait à Sussex. Celui d'Edmundston a été vendu à Purdel.

Pendant l'année, 2 263 chargements de lait ont été reçus à l'entrepôt de Sussex. Pendant les jours les plus achalandés, 20 chargements de lait, c'est-à-dire un volume total de 360 000 litres, peuvent être entreposés à cet endroit. La moyenne s'établit à 6,2 chargements par jour.

PROMOTION ET RELATIONS PUBLIQUES

Introduction

Les producteurs de lait du Nouveau-Brunswick continuent de consacrer d'importants budgets à la promotion du lait de consommation et des produits laitiers afin de lutter

year. The project received funding assistance from Canada-New Brunswick Agri-Food Development Sub-Agreement. The results, coupled with national data, provide a more defined marketplace, thus enabling the Board to better react to marketplace problems and opportunities. Border milk research was also completed this year.

The Board's main thrust for fluid promotion remained centred on teens in efforts to offset a dramatic drop in consumption once they reach the young-adult group. In cooperation with four other provinces, New Brunswick launched its own television creative, "Milk. Yeah. Milk". The commercials, which address teen acceptance of milk in a straightforward manner, were launched with solid research supporting the approach. Post-research indicates the commercials are working well, with total teen awareness of the commercials at a record 99%. Posters featuring the television personalities were developed for use in extension promotions.

Increased availability and consumption remained the primary concerns of the School Milk Program. Eight School Milk conferences, along with the Fluid Milk Study results, provided the basis of development for this year's promotions. "The Great Milk Adventure" elementary school promotion was reused this year and involved 17,000 students. Over 32,000 junior and senior high school students participated in the new "1986 Milk Challenge" in-school promotion, which included radio advertising. A special appearance by Gaétan Boucher to award prizes to winning schools and students generated extensive publicity on behalf of milk producers in New Brunswick. The services of the New Brunswick Milk Foundation continue to complement the objectives of the School Milk Program, while providing schools with valued nutrition education resources.

In recognizing public concern over low calcium intake and osteoporosis, a 13-week campaign, financed through the Indemnity Fund, was launched in April of this year. The "Calcium-Give the Job to Milk" campaign was aimed at women aged 25-54 years and promoted milk as an excellent source of dietary calcium. Newspaper and inserted flyers were used to initiate awareness, while grocerycart and television advertising provided continuous support for the message. The N.B. Milk Foundation launched at the same time a calcium campaign aimed at the medical/paramedical professions.

Two distinct promotions were undertaken this summer. The "June is Dairy Month" campaign was designed to increase public appreciation of the dairy industry and to promote consumption of milk and dairy products away from home during the month. Co-op newspaper advertising with restaurants which feature a milk or dairy product special, promotional material for restaurant use, the introduction of restaurant drop cards to industry supporters, a 2 week radio blitz, special events, and an extensive news release campaign to print and broadcast media were the means of promotion. The second campaign introduced "Milk on Ice" as a refreshing novel idea in milk drinking with emphasis on the out-of-home market. The eight-week campaign used a series of six 30-second radio commercial in all major markets to reach the target audience aged 18-29 years. An on-air radio contest using "Milk on Ice" promotion items as giveaways, billboards, newspaper advertising, and a restaurant promotion, supported the campaign.

In addition, the Board was involved in 78 various public

contre la concurrence féroce sur les marchés. Le 1er avril 1986, la retenue au titre de la promotion a été portée de 60 à 63.2 cents l'hectolitre. En 1985/86, les fonds receuillis aux fins de la promotion étaient de $771,000; 37.8% de cette somme a été utilisée pour la promotion des produits laitiers par le Bureau laitier du Canada et le reste a servi à faire la promotion du lait de consommation dans la province.

Au cours de l'année écoulée, la consommation totale de lait et de produits laitiers a été relativement stable. L'augmentation des ventes de 7.9% de fromages fins et de 2.2% pour le cheddar a aidé à compenser la légère baisse de 1.9% des ventes de fromage fondu. Les données cumulatives globales pour l'ensemble du Canada pour l'année 1985/86 révèlent que les ventes totales de fromage ont augmentées de 3.5% par rapport à la même période en 1984/85. Même si les ventes de beurre se sont accrues de 3.7% au cours du premier semestre de 1986 par rapport à la même période en 1985, il y a eu baisse sur l'année laitière de 1.1%. Le volume total des ventes de lait au détaillant pour les classes I et II ont augmenté de .51% au cours de l'année laitière 1985-1986, les augmentations ayant été de 0.43% et de 3.34%, respectivement.

Les pages qui suivent indiquent les principaux secteurs pour lesquels des activités d'expansion du marché de lait de consommation et de transformation ont été entrepris.

Lait de consommation

Un important projet de recherche visant à receuillir des données sur le marché du lait de consommation au Nouveau-Brunswick a pris fin cette année. Ce projet a été financé en partie dans le cadre de l'Entente auxiliaire Canada-Nouveau-Brunswick sur le développement du secteur agro-alimentaire. Les résultats, jumelés aux données nationales, aident à mieux définir le marché, ce qui permet à la Régie de mieux réagir face aux problèmes et aux débouchés possibiles. Le projet de recherche sur le lait-frontière a lui aussi pris fin cette année.

La stratégie promotionnelle de la Régie dans le domaine du lait de consommation a surtout été orientée vers les adolescents, qui constituent le groupe d'âge pour lequel on a enregistré la baisse de consommation la plus sensible une fois que ce groupe atteint l'âge adulte. Le Nouveau-Brunswick, de concert avec quatre autres provinces, a lancé sa propre campagne de publicité à la télévision, intitulée "Milk. Yeah. Milk". Les commerciaux, qui abordent d'une manière très directe la question de l'acceptabilité du lait par les adolescents, ont été concus en se fondant sur des études sérieuses appuyant l'approche utilisée. Les études de suivi indiquent que les commerciaux donnent d'excellents résultats, la sensibilisation totale des adolescents au commerciaux atteignent le taux record de 99%. Des affiches montrant des personnalités de la télévision sont utilisées dans le cadre d'activités para-promotionelles.

Les principaux objectifs du programme lait-école demeurent l'augmentation de la disponibilité et de la consommation du lait dans les écoles du Nouveau-Brunswick. Huit conférences sur la distribution, ainsi que les résultats de l'étude lait-école consommation, ont servi de fondement pour l'élaboration des campagnes de promotion de cette année. La campagne intitulée "La grande aventure lactée" a été réutilisée cette année pour faire la promotion du lait auprès de 17,000 élèves des écoles élémentaires. Plus de 32,000 étudiants des écoles secondaires des premier et

relations activities. Of these, the newly-designed float was entered in eleven parades and the new booth was entered in sixteen exhibitions and fairs. The two Milk Riders played an important role again this year in carrying out many promotion programs and activities while achieving a tremendous amount of publicity for milk. Local Milk Committees continue to be valuable in accomplishing public relations activities in their areas. About 50% of the funds available to them were used this year.

The G.B. Whalen Memorial Scholarship was increased to $750 this year. The 1986 recipient is Ann Carr of Sussex. Miss Carr is in her final year of a Bachelor of Science degree, majoring in Animal Science at MacDonald College. The first recipient of the $500 New Brunswick Milk Marketing Board Scholarship for 1986 is John Wesselius of River Glade. Mr. Wesselius is in a two-year program at the Nova Scotia Agricultural College to obtain an Animal Science Technician diploma.

Industrial Milk

The Board of Directors of the Dairy Bureau of Canada approved a new organizational structure this year, consisting of three divisions, in order to improve efficiency and effectiveness. The Marketing Division oversees economic and market research; advertising and promotion; and the activities of the Directors of Provincial Programming. The Industry and Market Development Division is responsible for activities related to the retail trade and foodservice industry. The Science and Technology Division is responsible for scientific, clinical and technological research, as well as medical/paramedical communication.

Bureau promotion efforts continue to concentrate on the two major users of industrial milk—cheese and butter. The cheese program used the "Scott and Joey and Cheese" television advertising as the main medium. To influence the purchase decision at store level, support programs included point-of-sale posters, recipe dispensers and cheese sampling. A new program to enhance the image of Canadian cheese competing against imports was launched in cheese shops, delis and, in New Brunswick, liquor stores. Quickly becoming a leading chefs' competition, the Dairy Bureau's Food Service Awards provide the basis of the chefs' recipe program. Here, recipes are distributed to over 25,000 chefs across Canada.

Consumer advertising for butter reinforced the positive taste/quality values of butter. Television was the primary medium used, supported with magazine and in-store recipe distribution. A restaurant butter promotion was launched this year encouraging operators to use butter in the kitchen, as well as on the table.

The Bureau launched two exciting programs this year. The milk bread program encourages bread manufacturers to use increased amounts of skim milk powder. The dairy industry certification mark program permits food manufacturers the use of a symbol on packaging which identifies to consumers those products made from real Canadian milk or dairy products.

A substantial amount of effort was invested by the Bureau this year in the scientific, health and nutrition fields developing and promoting pro-dairy information. Equally, the Bureau continues to provide solid economic and market research vital to industry growth and development.

deuxième cycles ont pris part au "Défi du lait 1986", nouvelle campagne menée dans les écoles qui comporte de la publicité à la radio. La venue au Nouveau-Brunswick de Gaétan Boucher pour décerner les prix aux écoles et étudiants gagnants a valu beaucoup de publicité aux producteurs de lait du Nouveau-Brunswick. La Fondation du lait continue d'offrir des service complémentaires aux objectifs du programme lait-école en fournissant aux écoles une documentation fort prisée concernant la nutrition.

Conscient des craintes de la population à l'égard du faible taux d'ingestion de calcium et de l'ostéoporose, la Régie a lancé, en avril, une campagne de 13 semaines financée grace aux fonds d'indemnisation. Cette campagne, qui s'intitulait "Le Calcium - Une solution naturelle" et qui s'adressait aux femmes âgées de 25 à 54 ans, a permis de faire la promotion du lait en tant d'excellente source de calcium. On a eu recours à des annonces dans les journaux et à des dépliants pour commencer à sensibiliser les consommateurs, après quoi on s'est servi de la télévision et des poussettes de marché pour appuyer constamment le message. La Fondation du lait du Nouveau-Brunswick a coordonné au même moment une campagne axée sur le calcium à l'intention des médecins et des professions paramédicales.

Deux campagnes distinctes ont été lancées l'été dernier. La campagne "Juin - le Mois des produits laitiers" visait 1) à valoriser davantage l'industrie laitière aux yeux de la population et 2) à promouvoir la consommation de lait et de produits laitiers en dehors du foyer au cours du mois. Ont été utilisés divers moyens de promotion: publicité à frais partagés journaux de concert avec les restaurants offrant comme "spéciaux" du lait ou des produits laitiers, matériel promotionnel à utiliser par les restaurateurs, introduction des cartes restaurants pour les personnes qui appuient l'industrie, événements spéciaux, et diffusion de nombreux communiqués à la presse écrite et parlée.

La deuxième campagne, fondée sur le thème du "Lait sur glace" en tant que façon nouvelle de se rafraîchir, a mis l'accent sur la consommation de lait à l'extérieur du foyer. Au cours de cette campagne de huit semaines, une série de six commerciaux radiophoniques de 30 secondes a été diffusée sur tous les principaux marchés pour rejoindre le groupe cible (18-29 ans). Pour appuyer la campagne, on a distribué des articles de promotion du "Lait sur glace" aux participants de concours radiophoniques en direct et on a eu recours à des affiches, à des annonces dans les journaux et à une campagne de promotion auprès des restaurants.

En outre, la Régie a pris part à 78 activités de relations publiques diverses. À cet égard, signalons que le nouveau char allégorique a été inscrite à onze parades et le nouveau kiosque, à seize expositions et foires. Les deux guetteurs de lait ont encore cette année joué un rôle important dans la mise en oeuvre de nombreux programmes et activités de promotion, tout en faisant beaucoup de publicité pour le lait. Les comités laitiers locaux continuent de faire un apport précieux à la réalisation des activités de relations publiques dans leur région. Environ 50% des fonds mis à leur disposition ont été utilisés cette année.

La bourse d'études G.B. Whalen a été portée à $750 cette année. En 1986, la récipiendire a été Anne Carr, de Sussex. Mlle Carr entreprend sa dernière année du baccalauréat en sciences avec spécialisation en zootechnie au Collège MacDonald. Le premier récipiendaire de la bourse d'études

Under the Bureau's program for Provincial Directors, the Board not only monitored Bureau activities in the province, but initiated several new projects in New Brunswick. These include restaurant drop cards, dairy farm identification signs, a cheese bar fundraising program and a coaches-in-sports information program.

de la Régie de mise en marché du lait au Nouveau-Brunswick pour 1986 est M. John Wesselius, de River Glade. M. Wesselius est inscrit au Nova Scotia Agricultural College pour un cours de deux ans menant à un diplôme de technicien en zootechnie.

Lait de transformation

Le conseil d'administration du Bureau laitier du Canada a approuvé cette année un projet de restructuration. La nouvelle structure, qui comprend trois divisions, vise à améliorer l'efficacité de l'organisme. La Division Marketing supervise les études économiques et de marchés, la publicité et la promotion, ainsi que les activités des directeurs des Programmes provinciaux. La Division de l'expansion - industrie et commerce - est chargée des activités ayant rapport au commerce de détail et à la restauration. La Division de la science et de la technologie s'occupe des recherches scientifiques, cliniques et technologiques, de même que des communications avec les médecins et les professions paramédicales.

Les activités promotionnelles du Bureau continuent d'être orientées vers deux produits dont la fabrication utilise la majorité du lait de transformation: le fromage et le beurre.

Pour la publicité du fromage, on mise principalement sur le message télédiffusé intitulé "Francois et Mathieu et le fromage". Afin d'influencer les décisions d'achat au marché, on utilise des programmes de soutien: affiches dans les points de vente, distributeurs de recettes et échantillons de fromage. Un nouveau programme visant à rehausser l'image des fromages canadiens par rapport aux fromages importés a été lancé dans les fromageries, les charcuteries et les magasins de boissons du Nouveau-Brunswick. Les Grands Prix annuels de la restauration décernés par le Bureau laitier du Canada, qui deviennent rapidement l'un des principaux concours de chefs, constituent le fondement du programme de recettes des chefs. Ces recettes sont distribuées à plus de 25,000 chefs dans l'ensemble du Canada.

La publicité concernant le beurre fait ressortir les aspects goût et qualité de ce produit. On a recouru surtout à la télévision et, comme mesure de soutient, aux revues et à la distribution de recettes dans les magasins. Une campagne de promotion de beurre a été lancée cette année auprès des restaurateurs pour les inciter à utiliser du beurre non seulement pour tartiner mais aussi pour faire la cuisine.

Le Bureau a lancé deux intéressants programmes cette année. Le programme du pain au lait incite les boulangers à employer de plus grandes quantités de poudre de lait écrémé. Le programme de la marque de certification de l'industrie laitière permet aux fabricants d'aliments d'utiliser sur les emballages un symbole qui identifie aux yeux du consommateur les produits fabriqués à partir de lait ou de produits laitiers canadiens.

Par ailleurs, le Bureau a déployé beaucoup d'efforts cette année dans les domaines des sciences, de la santé et de la nutrition en produisant du matériel d'information prolaitier. De même, le Bureau continue de fournir des données économiques et de marketing fiables qui sont essentielles à la croissance et au développement de l'industrie.

Dans le cadre du programme du Bureau destiné aux directeurs provinciaux, la Régie a non seulement surveillé

GOALS THAT WERE SET FOR 1985/86

1. **Planning** - Board Directors and staff will set down annual, quarterly and monthly plans for achievement of Board goals; progress will be monitored quarterly.
2. **Milk Pricing** - Work with the Farm Products Marketing Commission to achieve greater understanding of the Cost of Production and the New Brunswick Milk Pricing Formula.
3. **Communications** - Increase communications among the Board, producers, processors, the Commission and government.
4. **Promotion** - Maintain the 1984/85 level of funding, adjusted for inflation, and implement a new provincial milk products promotion program.
5. **Farmer/Field Services** - Study the potential of several new services for producers.

GOALS FOR 1986/87 AND BEYOND

1. **Planning** - Board Directors and staff will set down annual, quarterly and monthly plans for achievement of Board goals; progress will be monitored quarterly.
2. **Milk Pricing** - Work with the Farm Products Marketing Commission to compensate producers for raw milk on the basis of total solids. Obtain the power to price milk to Classes III, IV, V and VI.
3. **Communications** - Increase communications among the Board, producers, processors, the Commission and government.
4. **Promotion** - Maintain the 1985/86 level of funding adjusted for inflation and continue to develop the New Brunswick fluid milk promotion program.
5. **Transportation** - Implement electronic data retrieval on all routes.

les activités du Bureau au Nouveau-Brunswick mais a aussi pris de nouvelles initiatives: cartes-restaurants, affiches servant à identifier les fermes laitières, campagne de financement par la vente de tablettes de fromage, programme d'information à l'intention d'instructeurs d'équipes sportives.

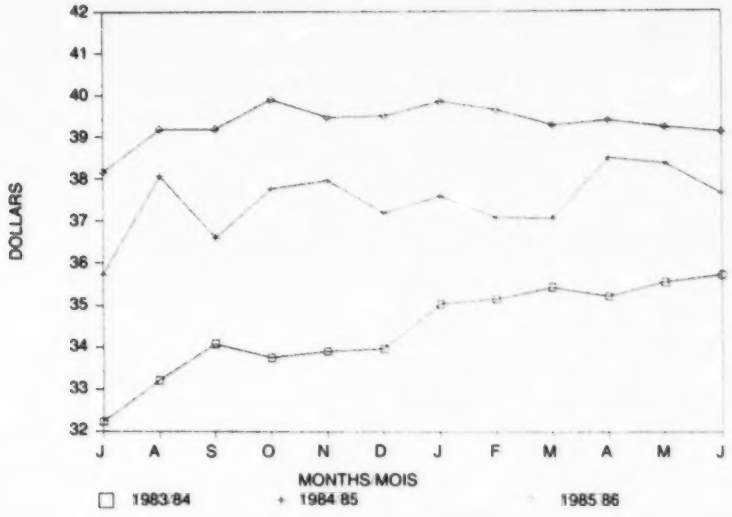
BUTS FIXÉS POUR 1985-1986

1. **Planification** - Les administrateurs et le personnel de la Régie établiront des plans mensuels, trimestriels et annuels en vue d'atteindre les buts de la Régie; les progrès réalisés feront l'objet d'un contrôle trimestriel.
2. **Prix du lait** - Travailler avec la Commission de commercialisation des produits agricoles en vue de mieux faire comprendre la formule de l'établissement des coûts de production et celle de l'établissement du prix du lait au Nouveau-Brunswick.
3. **Communications** - Accroître les communications entre la Régie, les producteurs, les transformateurs, la Commission et le gouvernement.
4. **Promotion** - Maintenir le financement pour la promotion au niveau établi en 1984-1985, avec rajustement en fonction de l'inflation, et mettre en oeuvre un nouveau programme provincial de promotion des produits laitiers.
5. **Services aux agriculteurs** - Étudier la possibilité d'offrir plusieurs nouveaux services aux producteurs.

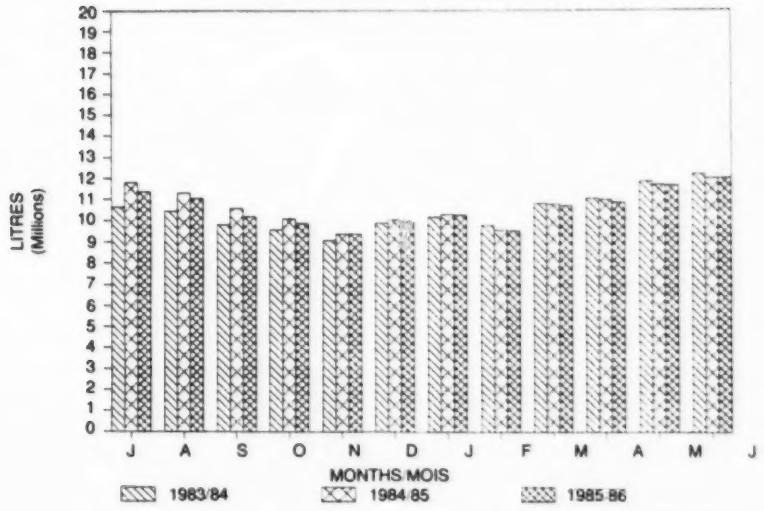
BUTS FIXÉS POUR 1986-1987 ET LES ANNÉES SUBSÉQUENTES

1. **Planification** - Les administrateurs et le personnel établiront des plans mensuels, trimestriels et annuels en vue d'atteindre les buts de la Régie. Les progrès accomplis feront l'objet d'un contrôle trimestriel.
2. **Prix du lait** - Travailler avec la Commission de commercialisation des produits agricoles en vue de payer les producteurs pour le lait cru en se fondant sur les matières solides totales. Obtenir le pouvoir de déterminer les prix du lait des classes III, IV, V et VI.
3. **Communications** - Accroître les communications entre la Régie, les producteurs, les transformateurs, la Commission et le gouvernement.
4. **Promotion** - Maintenir le financement pour la promotion au niveau établi en 1985-1986, avec rajustement en fonction de l'inflation, et continuer d'accroître les activités promotionnelles concernant le lait de consommation au Nouveau-Brunswick.
5. **Transport** - Mettre en oeuvre le système d'enregistrement électronique des données sur tous les itinéraires.

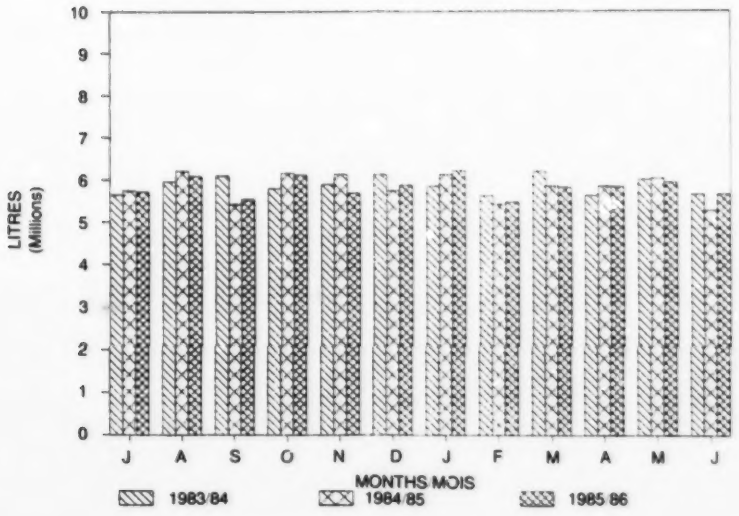
BLEND PRICE/PRIX COMPOSÉ



MILK PRODUCTION/DE LAIT



FLUID SALES/VENTES DE LAIT DE CONSOMMATION



The New Brunswick Milk Marketing Board

La Régie De Mise En Marché Du Lait Au Nouveau-Brunswick

BALANCE SHEET

as at June 30, 1986

BILAN

au 30 juin 1986

ASSETS	1986	1985	ACTIFS
Current Assets			**Actifs à court terme**
Cash	$ 135,443		Encaisse
Term deposit receipts	761,056	$ 700,992	Certificats de dépôt à terme
Accounts receivable	4,306,270	3,834,931	Comptes à recevoir
Inventories	30,746	24,946	Stocks
Quota inventory (note 1)	98,811	12,421	Inventaire de quotas (note 1)
Prepaid expenses	18,766	20,112	Frais payés d'avance
	5,351,092	4,593,402	
Funds and Investment			**Fonds et placements**
Quota		4,939	Quotas
Investment — R & G Milk Trucking Co. Ltd., equity basis	493,813	473,235	Placement — R & G Milk Trucking Co. Ltd., à la valeur de consolidation
	493,813	478,174	
Fixed Assets, at cost (note 2)			**Immobilisations, prix coûtant (note 2)**
Land, lagoon and roadways	230,998	228,498	Terrains, lagune et chemins
Buildings	799,838	799,838	Immeubles
Bulk milk storage equipment	441,766	380,054	Matériel d'entreposage du lait en vrac
Office furniture and equipment	103,976	81,174	Ameublement et matériel de bureau
Computer equipment and software	209,513	184,453	Matériel informatique et logiciels
Automobiles and trucks	101,628	87,143	Automobiles et camions
	1,887,719	1,761,160	
Less accumulated depreciation	706,349	559,975	Moins l'amortissement accumulé
	1,181,370	1,201,185	
	$7,026,275	$6,272,761	

AUDITORS' REPORT

To the Members of The New Brunswick Milk Marketing Board

We have examined the balance sheet of the New Brunswick Milk Marketing Board as at June 30, 1986 and the statements of income and retained income and changes in cash resources for the year then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances.

In our opinion, these financial statements present fairly the financial position of the Board as at June 30, 1986 and the results of its operations and the changes in its cash resources for the year then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied on a basis consistent with that of the preceding year.

Sussex, New Brunswick
September 30, 1986

BUCKLEY & NIXON
CHARTERED ACCOUNTANTS

Approved by the Board

DAVID CARLISLE
DIRECTOR

RAPPORT DES VERIFICATEURS

Aux membres de La Régie De Mise En Marché Du Lait Au Nouveau-Brunswick

Nous avons vérifié le bilan de La Régie De Mise En Marché Du Lait Au Nouveau-Brunswick au 30 juin 1986 ainsi que les états des résultats, des bénéfices non répartis et de l'évolution de la situation financière de l'exercice terminé à cette date. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues, et a comporté par conséquent les sondages et autres procédés que nous avons jugés nécessaires dans les circonstances.

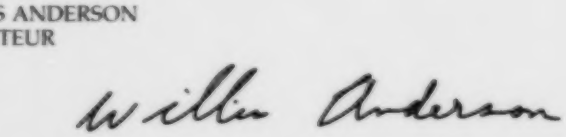
A notre avis, ces états financiers présentent fidèlement la situation financière de La Régie au 30 juin 1986 ainsi que les résultats de son exploitation et l'évolution de sa situation financière pour l'exercice terminé à cette date, selon les principes comptables généralement reconnus, appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

Sussex, New Brunswick
le 30 septembre 1986

BUCKLEY & NIXON
COMPTABLES AGREES

Approuvé par la Régie

WILLIS ANDERSON
DIRECTEUR



LIABILITIES	1986	1985	PASSIFS
Current Liabilities			**Passifs à court terme**
Bank overdraft		$ 114,363	Découvert
Bank loan (note 3)	$1,300,000	562,000	Prêt bancaire (note 3)
Accounts payable and accured liabilities (note 4)	3,775,308	3,849,648	Comptes à payer et frais courus (note 4)
	5,075,308	4,526,011	
Funds			**Fonds**
Quota	31,309		Quotas
Promotion	20,060	14,924	Promotion
Indemnity	761,056	700,992	Indemnité
	812,425	715,916	
Surplus			**Surplus**
Contributed Surplus	37,608	37,608	Surplus d'apport
Retained Income	1,100,934	993,226	Bénéfices non répartis
	1,138,542	1,030,834	
	$7,026,275	$6,272,761	

NOTES

1. Quota inventory represents the quota remaining within the Board as a result of exchange activities valued at average purchase price.
2. All fixed assets are stated at cost and with the exception of data processing software are being depreciated on the diminishing balance method at the following annual rates:

Roadways	8%
Lagoon	2½%
Buildings	5%
Bulk milk storage equipment	20%
Office furniture and equipment	20%
Data processing equipment	30%
Data processing software	5 years
Vehicles	30%

   The cost of various fixed assets have been reduced by $87,919 related to government assistance received.
3. The bank loan is secured by a general assignment of debts, a fixed and floating charge debenture, and assignment of fire insurance.
4. Accounts payable and accrued liabilities include an amount of $594,864 (1985, $913,100) being the unremitted portion of market sharing quota levies collected to year ended June 30, 1986, $281,559 (1985, $317,982) over-quota levies collected less the portion applicable to within-quota levy.

NOTES

1. L'inventaire de quotas représente les quotas détenus par la Régie à la suite des activités d'échange, ces quotas étant évalués en fonction du prix coûtant moyen.
2. La valeur de toutes les immobilisations est exprimée au prix coûtant; exception faite des logiciels, les immobilisations sont amorties selon la méthode de l'amortissement dégressif, en fonction des taux annuels suivants:

Chemins	8%
Lagune	2½%
Immeubles	5%
Matériel d'entreposage du lait en vrac	20%
Ameublement et matériel du bureau	20%
Matériel informatique	30%
Logiciels	5 ans
Véhicules	30%

   Le coût de certaines immobilisations a été réduit de $87,919 en raison de l'aide reçue du gouvernement.
3. Le prêt bancaire est garanti par un transport de créance, un nantissement commercial ainsi qu'un transfert d'assurance feu.
4. Les comptes à payer et frais courus comprennent une somme de $594,864 (1985, $913,100) qui représentent la portion non versée des retenues sur les quotas de mise en marché reçues durant l'exercice terminé le 30 juin 1986. Une somme de $281,559 (1985, $317,982) comprend des retenues hors quota perçues moins la portion applicable à la rentenue intérieur-quota.

STATEMENT OF PROMOTION FUNDS — ÉTAT DES FONDS DE PROMOTION

Year ended June 30, 1986 — **Exercice terminé le 30 juin 1986**

Receipts during year	1986	1985	Recettes durant l'exercice
Pool milk (note 5)	**$771,066**	$719,516	Lait du pool (note 5)
Grants	**36,297**		Subventions
Other	**64,620**	31,796	Autres
	871,983	751,312	
Disbursements during year			**Déboursés durant l'exercice**
Dairy Bureau of Canada (note 6)	**291,674**	279,350	Bureau Laitier du Canada (note 6)
Fluid milk media costs	**163,842**	126,286	Coûts des médias - lait de consommation
N.B. Milk Foundation	**53,950**	48,004	Fondation du lait du N.-B.
School milk	**30,924**	23,393	Lait-écoles
Industry public relations	**61,930**	21,420	Relations publiques dans l'industrie
Research and development	**4,423**		Recherche et dévelopement
Summer promotion	**39,533**	75,965	Promotion - été
Provincial promotion	**71,473**	44,726	Promotion dans la province
Allocation to income	**12,507**	42,500	Allocation au revenu
	730,256	661,644	
Administrative	**136,591**	108,321	Administration
	866,847	769,965	
Increase (Decrease) For The Year	**5,136**	(18,653)	Augmentation (diminution) pour l'exercice
Accumulated funds at beginning of year reserved for promotion	**14,924**	33,577	Fonds accumulés au début de l'exercice réservés à la promotion
Balance At End Of Year	**$ 20,060**	$ 14,924	Solde à la fin de l'exercice

NOTES — NOTES

5. Collections on pool milk for promotion purposes were increased effective April 1, 1986 from 60¢ to 63.2¢ per hectolitre in respect of all shipments.
6. Disbursements to the Dairy Bureau of Canada for national promotion were increased during the year from 54¢ to 56¢ per hectolitre of market sharing quota shipments by all producers.

5. A compter du 1er avril 1986, le prélèvement sur le lait du pool à des fins de promotion est passé de 60¢ à 63.2¢ l'hectolitre pour toutes les expéditions.
6. Les déboursés en faveur du Bureau Laitier du Canada aux fins de la promotion nationale ont augmenté au cours de l'exercice, passant de 54¢ à 56¢ l'hectolitre pour les expéditions relatives aux quotas de mise en marché effectuées par tous les producteurs.

STATEMENT OF QUOTA FUNDS — ÉTAT DES FONDS RELATIFS AUX QUOTAS

Year Ended June 30, 1986 — **Exercice terminé le 30 juin 1986**

	Fluid Quotas de lait de consommation		Market Sharing Quota Quotas de mise en marché				All Quota Tous quotas		
			Unused Non utilisés		Used Utilisés				
	1986	1985	**1986**	1985	**1986**	1985	**1986**	1985	
Sales	**$708,804**	$715,025	**$582,098**	$507,785	**$89,750**	$89,409	**$1,380,652**	$1,312,219	Ventes
Cost of sales									Coût des ventes
Opening inventory	**(57,230)**	5,411	**84,016**	33,046	**(14,365)**	4,713	**12,421**	43,170	Stock d'ouverture
Purchases	**740,522**	656,020	**614,056**	557,556	**76,216**	69,931	**1,430,794**	1,283,507	Achats
	683,292	661,431	**698,072**	590,602	**61,851**	74,644	**1,443,215**	1,326,677	
Closing inventory	**(31,326)**	(57,230)	**162,656**	84,016	**(32,519)**	(14,365)	**98,811**	12,421	Stock de clôture
	714,618	718,661	**535,416**	506,586	**94,370**	89,009	**1,344,404**	1,314,256	
Changes in the year	**5,814**	3,636	**(46,682)**	(1,199)	**4,620**	(400)	**36,248**	2,037	changements au cours de l'exercice
Balance at beginning of year	**9,980**	6,344	**(4,752)**	(3,553)	**(289)**	111	**4,939**	2,902	Solde au début de l'exercice
Balance At End Of Year	**$ 15,794**	$ 9,980	**$(51,434)**	$(4,752)	**$4,331**	$(289)	**$(31,309)**	$ 4,939	Solde à la fin de l'exercice

INDEMNITY FUND

Year ended June 30, 1986

FONDS D'INDEMNITE

Exercice terminé le 30 juin 1986

	1986	1985	
Receipts during year			Recettes durant l'exercice
Interest earned	$ 71,064	$ 75,045	Revenu d'intérêt
Advances	17,341		Avances
	88,405	75,045	
Disbursements during year			Déboursés durant l'exercice
Osteoporosis project	28,341		Projet Osteoporosis
Increase For The Year	60,064	75,045	Augmentation pour l'exercice
Balance at beginning of year	700,992	625,947	Solde au début de l'exercice
Balance At End Of Year	$761,056	$700,992	Solde à la fin de l'exercice

STATEMENT OF INCOME AND RETAINED INCOME

Year Ended June 30, 1986

ÉTAT DES RÉSULTATS ET DES BÉNÉFICES NON RÉPARTIS

Exercice terminé le 30 juin 1986

	1986	1985	
Income			Revenus
Producer fees	$377,524	$ 361,557	Frais recouvrés par les producteurs
Allocation from pool operations	357,826	110,291	Allocation pour l'exploitation du pool
Allocation from Promotion Fund	12,507	42,500	Allocation en provenance du fonds de promotion
Service fees	646,793	613,734	Frais de service
Lease	78,980	75,240	Location
Interest	48,325	88,239	Intérêts
Other	12,525	30,857	Autres
	1,534,480	1,322,418	
Expenses			Dépenses
Administrative (note 7)	724,811	692,389	Administration (note 7)
Policy development (note 8)	131,785	113,875	Élaboration des politiques (note 8)
Local milk committees	31,783	32,827	Comités laitiers locaux
Transportation and drivers	373,432	401,803	Transport et chauffeurs
Annual meeting	26,930	21,727	Réunion annuelle
Other meetings	28,950	31,297	Autres réunions
Milk storage	71,432	54,018	Entreposage de lait
Depreciation	58,227	54,810	Amortissement
	1,447,350	1,402,746	
Excess income over expenses (expense over income)	87,130	(80,328)	Excédent des revenus sur dépenses (dépenses sur revenus)
Investment income R & G Milk Trucking Co. Ltd.	20,578	3,690	Revenu de placements R & G Milk Trucking Co. Ltd.
Retained income at beginning of year	993,226	1,069,864	Bénéfices non répartis au début de l'exercice
Retained Income At End Of Year	$1,100,934	$ 993,226	Bénéfices non répartis à la fin de l'exercice

NOTES

7. Administrative expenses do not include $136,000 (1985, $107,892) allocated to Promotion Fund.
8. Policy development expenses include remuneration and operating expenses of the Board Members.
9. Comparative figures for 1985 have been restated to conform with financial statement presentation for the current year.

NOTES

7. Les frais d'administration ne comprennent pas la somme de $136,000 (1985, $107,892) allouée ou fonds de promotion.
8. Les frais relatifs à l'élaboration des politiques incluent la rémunération et les frais généraux des membres du Conseil.
9. Les chiffres comparatifs pour 1985 ont été redressés afin d'être conformes à la présentation des états financiers pour l'exercice courant.

STATEMENT OF CHANGES IN CASH RESOURCES

ÉTAT DE L'ÉVOLUTION DE LA SITUATION FINANCIÈRE

Year Ended June 30, 1986 / **Exercice terminé le 30 juin 1986**

	1986	1985	
Cash Resources Derived From Operations			Provenance du fonds de roulement Exploitation
Income (loss)	**$107,708**	$ (76,638)	Bénéfice (perte)
Items not involving cash resources			Items n'affectant pas le fonds de roulement
Depreciation	**151,473**	142,835	Amortissement
Gain on disposals	**(1,616)**	(16,188)	Gain sur vente d'immobilisations
Gain on investment	**(20,578)**	(3,690)	Revenu de placements
	236,987	46,319	
Proceeds on disposals	**9,400**	34,315	Produits sur vente d'immobilisations
	246,387	80,634	
Cash Resources Applied To			Utilisation du fonds de roulement
Additions to fixed assets	**139,442**	153,550	Ajouts aux immobilisations
Increase (Decrease) in Cash Resources Deficiency	**(106,945)**	72,916	Augmentation (diminution) du fonds de roulement négatif
Cash resources deficiency at beginning of year	**643,586**	570,670	Fonds de roulement négatif au début de l'exercice
Cash Resources Deficiency At End Of Year	**$536,641**	$ 643,586	Fonds de roulement négatif à la fin de l'exercice
Cash Resources Deficiency			Fonds de roulement négatif
Current liabilties	**$5,887,733**	$5,241,927	Passifs à court terme
Current assets	**5,351,092**	4,598,341	Actifs à court terme
	$536,641	$ 643,586	

NOTE

10. It is the policy of the Board to maximize the return on funds retained as working capital by investing in deposit receipts and similar interest earning arrangements.

NOTE

10. La Régie a pour politique de maximiser le rendement du capital détenu au titre du fonds de roulement en investissant dans les certificats de dépôt et d'autres instruments similaires productifs d'intérêts.

POOL OPERATIONS

Year Ended June 30, 1986

	1986	1985	
Milk Quantities ('000 litres)	**126,674**	128,389	Volumes de lait (milliers de litres)
Milk Value			Valeur du lait
Sales	**$59,696,065**	$58,190,294	Ventes
Purchases	**59,346,748**	58,081,659	Achats
Payable to producers at end of year	**349,317**	108,635	A payer aux producteurs à la fin de l'exercice
Transportation			Transport
Recovered from producers	**3,034,634**	3,043,944	Recouvré des producteurs
Expense	**3,026,125**	3,042,288	Dépenses
Payable to producers at end of year	**8,509**	1,656	A payer aux producteurs à la fin de l'exercice
Allocated to Income	**$357,826**	$110,291	Imputé aux bénéfices

EXPLOITATION DU POOL

Exercice terminé le 30 juin 1986

MARKET SHARING QUOTA LEVIES

June 30, 1986

	1986	1985	
Payable to C.D.C. at beginning of year	**$1,381,415**	$ 844,876	A payer à la CCL au début de l'exercice
Net collections from producers	**2,804,871**	3,386,398	Prélèvements nets reçus des producteurs
Payable to C.D.C. export account		150,333	A payer au compte d'exportation de la CCL
	4,186,286	4,381,607	
Disbursements to C.D.C.	**3,309,863**	3,000,192	Déboursés à la CCL
Payable to C.D.C. at end of year (note 11)	**$876,423**	$1,381,415	A payer à la CCL à la fin de l'exercice (note 11)

RETENUES SUR QUOTAS DE MISE EN MARCHÉ

au 30 juin 1986

NOTE

11. Payable to C.D.C. at end of year includes $281,559 (1985, $317,982) over-quota levies collected less the portion applicable to within-quota levy.

NOTE

11. Le montant à payer à la CCL à la fin de l'exercice comprend une somme de $281,559 (1985, $317,982) au titre des retenues hors quota perçues, moins la portion applicable à la rentenue intérieur-quota.

DAIRY PRINCESS

The 1986 New Brunswick Dairy Princess was Miss Annette Comeau of Bathurst. Annette had a busy year promoting milk and dairy products.

As Dairy Princess, Annette achieved much publicity for the Board through both broadcast and print media in the form of interviews and feature write-ups. Through the School Milk Program, Annette had the opportunity to visit with over 1200 elementary students. She also participated in over 60 special events. As a Milk Rider, Annette, together with Greg Landry, encouraged New Brunswick restaurants to serve and promote "Milk on Ice" in their food establishments. She also promoted dairy products as well as milk during the Board's "June is Dairy Month" campaign.

Annette graduated from Mount Allison University in Sackville this year with a Bachelor of Commerce degree, majoring in Marketing/Management. Her future plans are to pursue a career in promotions/advertising.

PRINCESSE LAITIÈRE

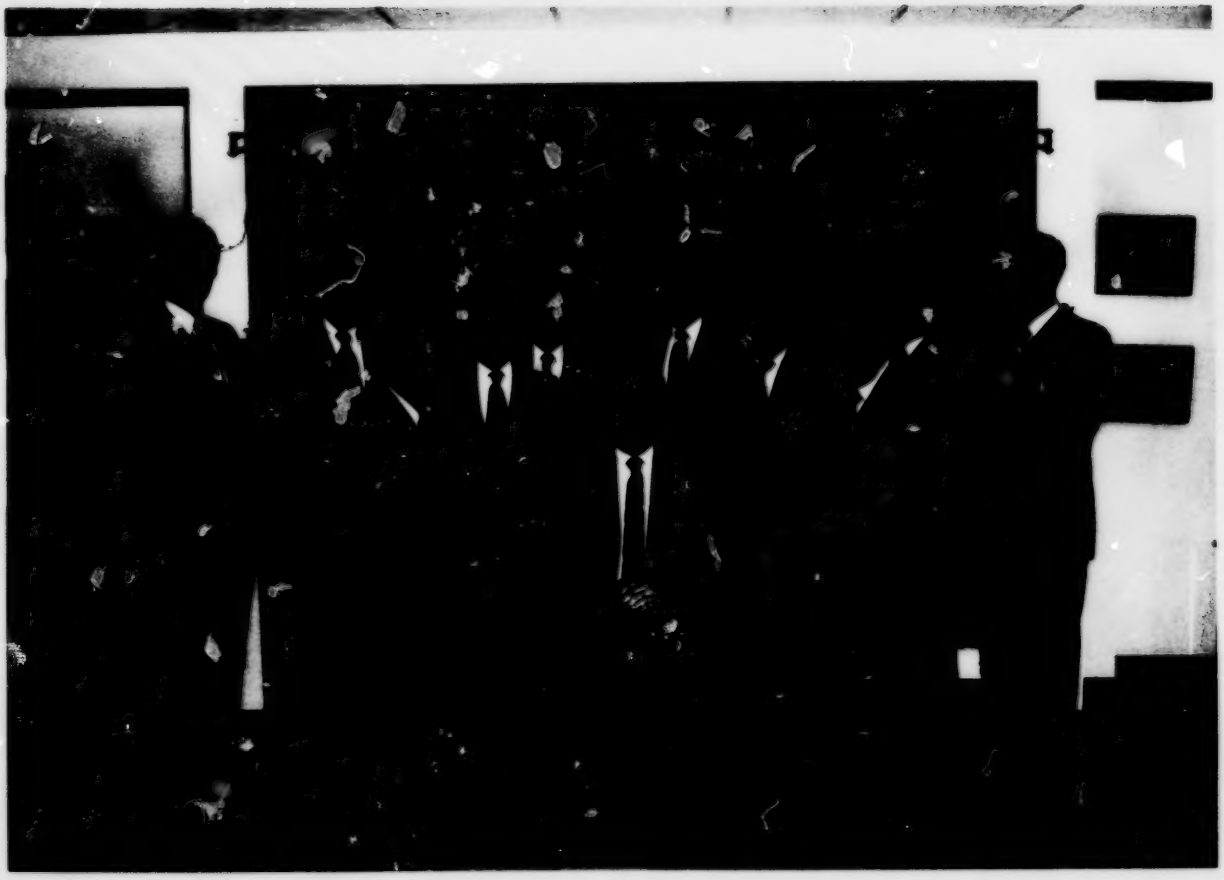
La princesse laitière du Nouveau-Brunswick pour l'année 1986 a été Mlle Annette Comeau, de Bathurst. Annette a été très affairée à faire la promotion du lait et des produits laitiers.

À titre de princesse laitière, Annette a engendré beaucoup de publicité pour la Régie dans la presse écrite et parlée, sous forme d'entrevues et d'articles de fond. Dans le cadre du programme de distribution de lait dans les écoles, Annette a rendu visite à plus de 1 200 étudiants du niveau élémentaire. Elle a pris part, en outre, à plus de 60 événements spéciaux. En tant que guetteuse de lait, Annette, en compagnie de Greg Landry, a encouragé les restaurateurs du Nouveau-Brunswick à servir et à promouvoir le "lait sur glace" dans leur établissement. Elle a également fait la promotion des produits laitiers de même que du lait au cours de la campagne de la Régie intitulée "juin - le Mois des produits laitiers".

Annette a obtenu cette année de l'Université Mount Allison de Sackville un baccalauréat en commerce, avec spécialisation en marketing/gestion. Elle songe à faire carrière dans la publicité.

NEW BRUNSWICK MILK MARKETING BOARD
RÉGIE DE MISE EN MARCHÉ DU LAIT AU N.-B.

Board of Directors
Conseil d'administration
1985-86

Standing/Debout: (L to R/G à D)
Jim Wade, Secretary/secrétaire; Gerard Duivenvoorden; Theodore Fowlie; Willis Anderson; Charles MacDonald; Jacques Laforge; Winston Johnson; David Carlisle.

Seated/Assis: (L to R/G à D)
Albert Neill; Bill Sherwood, Chairman; Percy Waddy, Vice-Chairman.